



GUIDE DE
BONNES
PRATIQUES

N°1

LES PLANS QUALITÉ TERRITORIAUX

Méthodologie générale



DES PLANS QUALITÉ **pour quoi faire?**

1

Doter les élus d'**outils techniques** pour mettre en œuvre des plans qualité territoriaux permettant de développer l'attractivité des destinations touristiques de façon durable.

2

Décrire de manière concrète les **méthodes et procédures** à mettre en œuvre pour des plans qui se réalisent sur le long terme.

3

Identifier les **moyens financiers** pour implanter ces projets et les priorités à donner en fonction des résultats à obtenir.

4

Associer tous les acteurs utiles à ces projets.

LE 1^{ER} GUIDE DE
BONNES PRATIQUES
décrit de façon générale
les domaines d'intervention
des plans qualité
territoriaux.

LE 2^{ÈME} GUIDE DE
BONNES PRATIQUES
explore les pistes de
financement de tels plans.

LES 6 AUTRES
détaillent les
interventions selon
leur type.

Les différents guides de bonnes pratiques

DES PLANS QUALITÉ TERRITORIAUX

PLANIFICATION TOURISTIQUE

N°1

Méthodologie générale

N°2

Financement

N°3

Aménagement des espaces publics

N°4

Mobilité
Circulation
Parkings

N°5

Mobilier urbain
Signalisation, signalétique
Nouvelles technologies (TIC)

N°6

Paysage urbain et façades

N°7

Traitement paysager
Végétalisation
Fleurissement

N°8

Dynamique commerciale
Animation
Placemaking

Ces plans qualité se développeront en synergie avec les autres plans communaux existants : mobilité, schémas de structure, PCDR, plans stratégiques transversaux...



Téléchargez

les guides de bonnes pratiques

<http://strategie.tourismewallonie.be>

La qualité

DANS LE SECTEUR DU TOURISME WALLON

Une démarche globale de qualité permettant de rendre le tourisme wallon plus compétitif et durable est entreprise en Wallonie. Cette démarche comporte 2 volets complémentaires, l'un orienté « secteurs », l'autre orienté « territoires ».

4

LES SECTEURS

La démarche **Wallonie destination Qualité** (WDQ) est mise en œuvre par le Commissariat général au Tourisme (CGT) auprès des différents prestataires touristiques, pour une amélioration continue de la qualité des services rendus aux touristes.

<http://walloniedestinationqualite.be>

LES TERRITOIRES

Les **Plans qualité territoriaux** sont mis en œuvre avec l'aide du Centre d'Ingénierie touristique de Wallonie (CITW) dans les communes touristiques wallonnes pour en améliorer la qualité en définissant les aménagements à y réaliser et les services touristiques à y développer.





LES PLANS QUALITÉ TERRITORIAUX

Méthodologie générale

OBJECTIFS D'UN PLAN QUALITÉ TERRITORIAL

Cluster tourisme 6

DOMAINES D'INTERVENTION D'UN PLAN QUALITÉ TERRITORIAL

Composantes

- Hard (éléments physiques) 9

- Soft (offres et services touristiques) 25

MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE D'UN PLAN QUALITÉ TERRITORIAL

Management et mise en œuvre 41

Monitoring 43

Liens utiles 50



Les objectifs d'un plan qualité territorial

LE TOURISME EST UN PRODUIT D'ESPACE ET D'AMBIANCE

- **L'attractivité d'une destination** et la satisfaction des visiteurs sont liées à de nombreux facteurs dont l'impact est cumulatif. L'enjeu est le développement touristique **durable**.
- La qualité physique et la convivialité des pôles touristiques combinées à la qualité des services en constituent un élément de base indispensable.
- La mise en œuvre d'une démarche qualité est fondamentale.
- Cette démarche qualité est la responsabilité des **pouvoirs publics , des associations, des entreprises et acteurs économiques, mais aussi de la population d'accueil**.

LA POSITION CONCURRENTIELLE DES DESTINATIONS TOURISTIQUES

- La **compétition** entre les destinations touristiques est féroce et en changement perpétuel.
- La Wallonie, dont la cible prioritaire est le tourisme de courte et moyenne distance, se trouve confrontée à de nombreux **concurrents** dont l'attractivité et la qualité sont en progrès constants. Ces concurrents sont facilement accessibles pour nos clients (Montjoie est un concurrent de Malmedy, Charleville de Bouillon, Valkenburg de Spa, Clervaux de Houffalize, ...)



Comment atteindre les objectifs d'un plan qualité territorial?

LA MÉTHODE OPÉRATIONNELLE

La méthode de mise en œuvre des plans qualité territoriaux est décrite de manière générale dans ce guide de bonnes pratiques de synthèse, les domaines d'intervention y sont présentés.

Ensuite, sont détaillés les différents domaines d'intervention proposés ainsi que les étapes de mise en œuvre.

Viennent alors les liens, sites et documents utiles pour approfondir cette mise en œuvre.

Un cadastre des subventions qui permet d'identifier les partenariats et subventionnement intégrés est enfin fourni.

Le contenu technique d'un cahier des charges est proposé en annexe.

LES ACTEURS CONCERNÉS

De nombreux acteurs sont impliqués dans le processus :

- 1 Les autorités locales et notamment le collège des bourgmestres et échevins et le conseil communal ;
- 2 Les fonctionnaires locaux ;
- 3 Les commerçants, artisans et opérateurs du tourisme ;
- 4 Les associations et organismes locaux (association de commerçants, culture et animation) ;
- 5 La population locale et les associations de quartier qui doivent être associées aux actions ;
- 6 Les administrations, régionales et nationales ainsi que les pouvoirs subventionnant.



**CONTENU TECHNIQUE
D'UN CAHIER DES CHARGES**

[HTTP://STRATEGIE.TOURISMEWALLONIE.BE](http://strategie.tourismewallonie.be)



**GUIDE DE BONNES PRATIQUES N°2
FINANCEMENT**

Composantes « Hard »

(éléments physiques)

Application d'indicateurs de qualité à une destination, un secteur ou un cœur de ville selon les éléments 'Soft' & 'Hard'

Une liste d'indicateurs généraux peut être établie selon les caractéristiques suivantes :

➔ IDENTIFIER LES ÉLÉMENTS 'SOFT' ET 'HARD' que nous souhaitons mesurer pour un secteur, une entreprise ou un cœur de ville

➔ DÉFINIR DES INDICATEURS DE QUALITÉ dans chaque sous-catégorie pour évaluer le critère sélectionné

➔ RAJOUTER D'AUTRES INDICATEURS tel que la sécurité et la préservation de l'environnement

Critères d'évaluation pour l'élément **HARD**

COULEURS

- Etat des façades
- Variété de couleurs de décoration florale, des espaces verts

ECLAIRAGE

- Niveau d'éclairage rues, façades, monuments historiques
- Type d'éclairage des rues (moderne, ancien, harmonieux)

ESPACES PUBLICS

- Largeur des rues et trottoirs
- Zones piétonnière
- Parking
- Accessibilité
- Sécurité

ESPACES VERTS

- Nombre de jardins, parcs
- Taille
- Originalité des concepts
- Fontaine, plans d'eau

PLACES

- Caractère
- Places vertes ou en dur
- Qualité de l'éclairage
- Animation

FAÇADES-CONSTRUCTIONS

- Harmonie du lieu / architecture
- Couleurs
- Eclairage / mise en valeur

SIGNALISATION

- Routière
- Urbaine
- Touristique (hôtels, restaurants, information)
- Commerces (restaurants, centre commerciaux...)

MOBILIER URBAIN

- Qualité des bancs, espaces assis
- Type d'éclairage (lampadaires, etc.)
- Style des poubelles

Places et espaces publics

PLACES

CONCEPT

Elaborer le concept de place en tant qu'élément caractéristique de l'identité et des valeurs culturelles du pôle touristique

CATÉGORIES

Type et caractérisation des places dans les catégories :

- Caractère
- Places « dures » et places « vertes »
- L'élément eau
- Eclairage
- Animation

BÉNÉFICE

- Conception de places avec des éléments qui apportent du caractère et de la personnalité
- Apport de gaieté, chaleur et vie en fonction du type de place

EXEMPLES À SUIVRE



EXEMPLES À ÉVITER



Les communes touristiques doivent concevoir les places comme des éléments de grande valeur culturelle où se déroule la vie quotidienne et qui s'associent aux traditions culturelles de la région.

Rues et trottoirs

ESPACES PUBLICS · RUES ET TROTTOIRS

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les rues et les trottoirs d'un espace suffisant pour le passage respectif des véhicules et des piétons.

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type de rues et d'avenues
- Type de trottoirs
- Rapport entre le nombre de voies et la largeur du trottoir
- Pistes cyclables

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ La facilité et la sécurité de circulation, sont deux éléments essentiels qui dépendent de la largeur et de la distribution des voies urbaines telles que les rues, les voies de circulation et les trottoirs

Piétonniers

ESPACES PUBLICS · RUES OU ZONES PIÉTONNES

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Création d'espaces urbains dans les cœurs de ville dont l'utilisation sera réservée aux piétons et, en particulier, dans les rues commerçantes et celles ayant un attrait culturel

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Rues ou zones définies comme piétonnes en fonction des établissements commerciaux, des attraits culturels, des personnes qui la fréquentent, etc.
- Matériel utilisé pour le revêtement du sol
- Couleur et design des éléments décoratifs et du mobilier urbain

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ Les rues piétonnes sont nécessaires dans les cœurs de ville ; elles sont généralement très fréquentées, et supportent de nombreux établissements commerciaux et d'atouts culturels

Mobilier urbain

MOBILIER URBAIN · D'USAGE PUBLIC

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les cœurs de villes d'éléments de mobilier urbain nécessaires dans ses différents domaines, en combinant fonctionnalité et attrait

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type et catégorie (bancs, lampadaires, poubelles / containers, transport, etc.)
- Matériel
- Design
- Couleur
- Lieu

✔️ EXEMPLES À SUIVRE



✔️ Le mobilier urbain constitue un élément critique dans le développement de l'activité touristique, il permet d'apporter plus de charme et de caractère aux cœurs de villes

Mobilier urbain

MOBILIER URBAIN - COMMERCIAL

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les cœurs de villes de mobilier urbain dans un but commercial afin de développer certaines zones

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type et catégorie (terrasses, kiosques, etc.)
- Matériel
- Design
- Couleur
- Lieu

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ Le mobilier à utilisation commerciale est un élément critique qui marque le style du pôle touristique et qui peut apporter un élément de confort, de bien-être et de couleurs

Parkings

ESPACES PUBLICS - PARKINGS

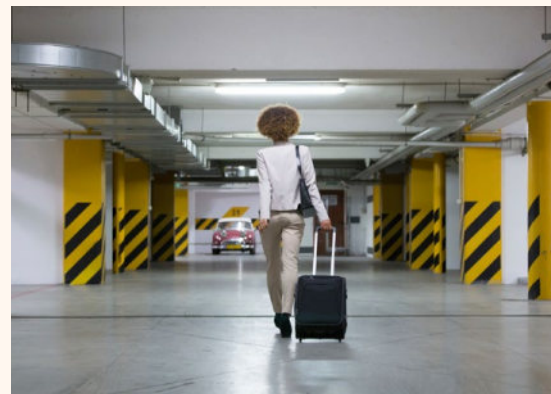
⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les cœurs de ville de parkings pour voitures et motos afin d'en rendre l'accès et la circulation plus facile pour les touristes

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type : extérieur / intérieur, élevé / souterrain
- Dimensions du parking et des places
- Emplacement
- Systèmes technologiques appliqués
- Accords avec des établissements commerciaux
- Possibilité d'avoir un service de navette vers le cœur de ville et les sites touristiques

✔️ EXEMPLES À SUIVRE



✔️ Les parkings constituent un facteur critique pour éviter la présence de véhicules dans les rues touristiques et pour améliorer la circulation dans les cœurs de ville

Signalisation

SIGNALISATION ROUTIÈRE

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les cœurs de villes d'une signalisation routière visible par les touristes et par les autres usagers de la voie publique

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type de signalisation
- Données et informations
- Matériel
- Design
- Couleur
- Lieu

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ La signalisation routière facilite la mobilité dans le pôle touristique, ainsi que l'accès aux principaux attraits touristiques du cœur de ville

Signalisation urbaine

SIGNALISATION URBAINE

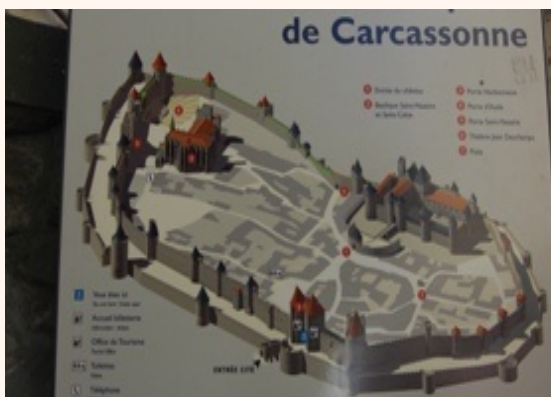
⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les cœurs de villes d'une signalisation urbaine et touristique située dans les rues principales du cœur de ville ainsi qu'au niveau des attraits touristiques

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type de signalisation
- Données et informations
- Matériel
- Design
- Couleur
- Lieu

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ Les signalisations urbaines et touristiques doivent faciliter l'accès aux principaux sites de la ville et fournir davantage d'informations sur les attraits touristiques

Enseignes

CONSTRUCTIONS ET FAÇADES · ENSEIGNES COMMERCIALES

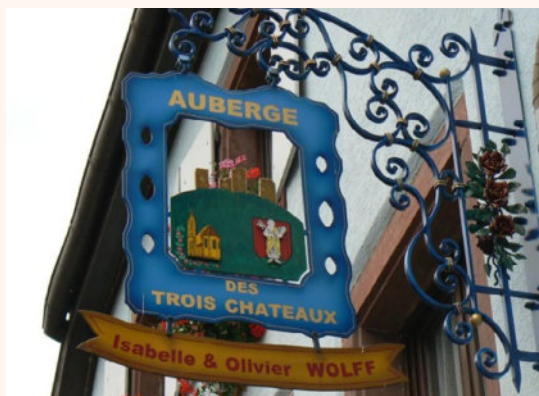
⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter la ville d'un ensemble d'enseignes commerciales similaires pour l'harmonie et la décoration

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Style d'enseignes
- Éléments décoratifs
- Couleur
- Produits
- Eclairage

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'importance du choix des enseignes commerciales permet d'assurer l'harmonie et la cohésion de la décoration du site touristique

Éclairage

PLACES · ECLAIRAGE

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les places de l'éclairage nécessaire afin de renforcer les éléments les plus visibles et d'intérêt

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Emplacements et éléments qui doivent être mis en valeur
- Type et intensité lumineuse
- Design et intégration dans l'architecture et dans l'espace urbain
- Effets spéciaux de lumières

✓ EXEMPLES À SUIVRE



L'éclairage constitue une fois de plus un élément très efficace pour mettre en valeur les monuments ou sites touristiques

Mise en couleur

CONSTRUCTIONS ET FAÇADES · CHARTE CHROMATIQUE ET DE COLORATION

CONCEPT

Utilisation de la couleur et des tons comme éléments de renforcement de l'identité et des valeurs culturelles en s'appuyant de préférence sur leur caractère authentique

CATÉGORIES

Typologie et tons de couleurs qui égayent les rues et les immeubles présents grâce à :

- La peinture des façades
- La couleur des rues
- La décoration florale
- Le mobilier urbain
- Les éléments verts, etc.

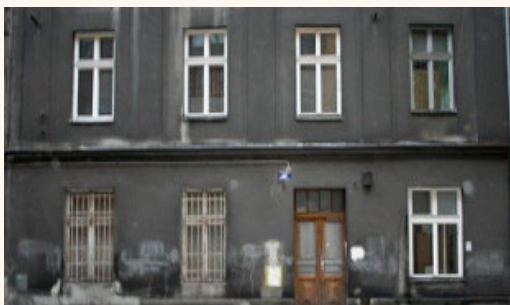
BÉNÉFICE

- Egayer et donner de la vie aux cœurs de ville
- Contribuer à la sensation de bien-être du touriste au sein du pôle touristique
- Renforcer l'identité culturelle et l'identité du pôle touristique

EXEMPLES À SUIVRE



EXEMPLES À ÉVITER



Les communes touristiques doivent utiliser de la couleur et des tons en suivant chacun une ligne différenciée mais cohérente, afin de promouvoir l'identité et les valeurs culturelles de la région



GUIDE DE BONNES PRATIQUES N°6
PAYSAGES URBAINS ET FAÇADES

Façades

CONSTRUCTIONS ET FAÇADES · ARCHITECTURE

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les cœurs de villes d'une architecture homogène caractéristique de la région

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type de construction
- Hauteur des immeubles
- Matériel utilisé
- Conception architecturale

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'homogénéité dans l'architecture des immeubles donne une image touristique du cœur de ville qui renforce son identité et ses valeurs culturelles

Vitrines

CONSTRUCTIONS ET FAÇADES · VITRINES DE BOUTIQUES COMMERCIALES

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Doter les établissements commerciaux des cœurs de ville d'un style propre à la région touristique

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type de vitrine
- Éléments décoratifs
- Couleur
- Produits
- Eclairage

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'importance du style et de la décoration des établissements commerciaux réside dans le fait que ceux-ci sont le reflet de ce que le pôle touristique transmet aux touristes

Végétalisation & fleurissement

COULEURS · RUES COLORÉES

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Embellir les rues en suivant un modèle commun qui présente des couleurs vives pour différents éléments

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Architecture et couleur des façades
- Distribuer les éléments sur plusieurs supports de l'espace urbain (fontaines, espaces verts, mobilier urbain, etc.)
- Utilisation de symboles visuels que l'on puisse identifier avec la destination, et de préférence authentiques
- Saisonnalité des espèces fleuries

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ Des rues colorées apportent de la gaieté et de la vivacité au cœur de ville en contribuant à la sensation de bien-être du touriste

Espaces verts

L'introduction d'éléments verts contribue à améliorer l'attrait visuel de l'espace urbain. Cela fournit également des zones pour le repos et le bien-être des touristes et des résidents

CONCEPT

Embellissement de l'espace urbain et création de zones vertes pour le bien-être des touristes et des résidents

CATÉGORIES

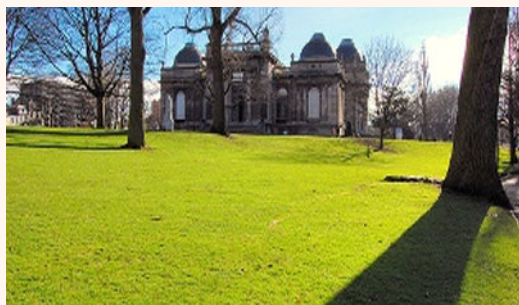
Design, matériel et éléments utilisés pour la création d'espaces verts :

- Parcs
- Zones urbaines et parkings
- Élément eau
- Permanence des espaces verts en toute saison

BÉNÉFICE

- Développer la sensation de confort du touriste dans le cœur de ville
- Contribuer à la sensation de liberté et de bien-être

EXEMPLES À SUIVRE



EXEMPLES À ÉVITER



Les communes touristiques doivent prévoir des espaces verts dans les cœurs de ville comme des éléments qui contribuent à améliorer de façon significative la qualité du pôle touristique



GUIDE DE BONNES PRATIQUES N°7

TRAITEMENT PAYSAGER, VÉGÉTALISATION, FLEURISSEMENT

Composantes « Soft »

(offres et services touristiques)

Les critères d'évaluation Hard/Soft permettront de définir les indicateurs de façon quantitative

Critères d'évaluation pour l'élément **SOFT**

PROPRETÉ ET ENTRETIEN

- Rues
- Façades et immeubles
- Infrastructures et équipements publics
- Mobilier urbain
- Conteneurs de poubelle (niveau de tri sélectif)
- Machines / véhicules d'entretien
- Temps de réaction pour nettoyer un espace après manifestation ou évènement

ANIMATION

- Marché / foire-expo
- Fréquence de festivals / évènements
- Vie de jour et de nuit
- Attrait / participation

HORAIRES D'OUVERTURE

- Office de Tourisme
- Commerces, restaurants

VARIÉTÉ DE L'OFFRE

- Niveau de commerces
- Nombre de zones piétonnières
- Nombre de centres commerciaux
- Activités touristiques (hôtels, agences de voyages, etc.)
- Nombre d'entreprises avec un label qualité
- Niveau de communication aux visiteurs

ACCUEIL ET HOSPITALITÉ

- Ambiance ressentie par le visiteur
- Nombre de visiteurs qui reviennent
- Niveau de services
- Formation du personnel à l'accueil (commerces, centre d'accueil, restaurants, etc.)

LANGUES

- Informations écrites disponibles en plusieurs langues (guide information, plan)
- Cartes de restaurants
- Formation des personnes en contact avec les visiteurs (commerces, restaurants, hôtels, etc.)

GUIDES TOURISTIQUES

- Nombre de guides touristiques disponibles
- Possibilités d'utiliser le système d'audio-guide et points de distribution

TRANSPORT

- Desserte de la ville
- Fréquence des transports
- Bornes de taxis
- Qualité des transports
- Qualité de l'information disponible sur internet
- Nombre de véhicules touristiques



Tous ces critères permettront de définir des indicateurs qui sont eux quantitatifs et qui pourront être évalués avec une note allant de 1 à 10. Par exemple les touristes peuvent évaluer les couleurs des façades de la ville ou les heures d'ouverture des commerces

Hospitalité

HOSPITALITÉ ET ACCUEIL - LA POPULATION LOCALE

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Établir des mécanismes de sensibilisation qui garantissent le bon accueil et l'hospitalité de la population locale par rapport au tourisme

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Attention et cordialité
- Éducation
- Langue

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ Le touriste doit se sentir bien accueilli par la population locale, celle-ci contribuera ainsi à la satisfaction de l'expérience touristique

Langues

Le pôle touristique ainsi que les professionnels du secteur doivent particulièrement mettre l'accent sur la connaissance des langues étrangères dans le but de faciliter la communication

CONCEPT

Critères pragmatiques d'utilisation des langues par les professionnels du tourisme et des commerces en général. Mise en application sur les supports écrits et connaissance minimale ou approfondie des langues de la part des professionnels.

CATÉGORIES

L'utilisation des langues doit se concrétiser au niveau de :

- La capacité d'expression orale
- La communication écrite

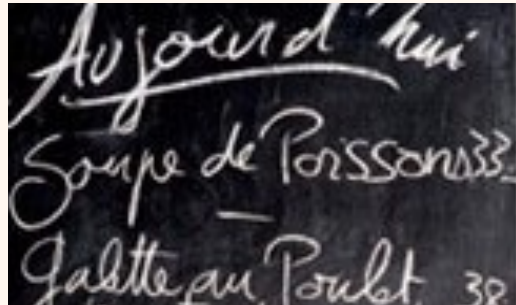
BÉNÉFICE

- Facilite la communication orale et écrite avec le touriste
- Confort pour le touriste pendant son séjour

EXEMPLES À SUIVRE



EXEMPLES À ÉVITER



- ✓ La communication constitue un élément clef qui connecte le pôle touristique avec le touriste. Si l'on n'établit pas les canaux de communication adéquats dans les langues nécessaires, le pôle tirera difficilement bénéfice du tourisme et le touriste ne sera pas satisfait.

Animations

ANIMATION · MUSIQUE, ÉVÉNEMENTS ET FESTIVALS

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Etablir un calendrier d'activités populaires à travers la musique, le théâtre, les festivals, etc.

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type et catégorie
- Thèmes et valeurs à transmettre
- Matériel
- Design
- Lieu
- Fréquentation

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'animation musicale ou théâtrale sont des éléments attractifs pour le tourisme, cependant il convient de bien définir le caractère de l'évènement afin de capter le véritable public souhaité

Nouvelles technologies

GUIDES TOURISTIQUES · LES AUDIO-GUIDES ET LES BORNES INFORMATISÉES

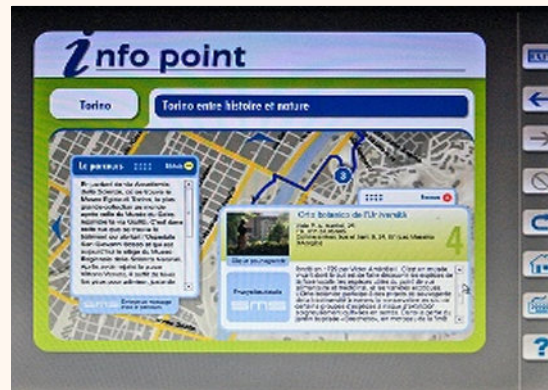
⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Disposer d'informations touristiques en utilisant des supports alternatifs se basant sur la technologie comme les audio-guides et les bornes informatisées

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Support et technologie
- Type d'information
- Utilité de l'information
- Secteur d'activité
- Langue
- Emplacement

✔️ EXEMPLES À SUIVRE



✔️ La technologie est une alliée de choix pour le secteur touristique car elle permet la transmission d'information touristique 24h sur 24

Services de guidage

GUIDES TOURISTIQUES · LES GUIDES (PERSONNES)

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Disposer de guides touristiques formés et qualifiés avec des connaissances sur l'identité et la culture de la région

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Niveau d'éducation
- Type de formation
- Domaine de spécialisation (culture, nature, etc.)
- Langues
- Attention et empathie
- Nombre de guides disponibles

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ Le rôle du guide touristique est particulièrement important puisqu'il est la personne qui facilite l'intégration du visiteur au sein du pôle touristique

Propreté et entretien

PROPRETÉ ET ENTRETIEN · PROGRAMME DE NETTOYAGE « INTELLIGENT »

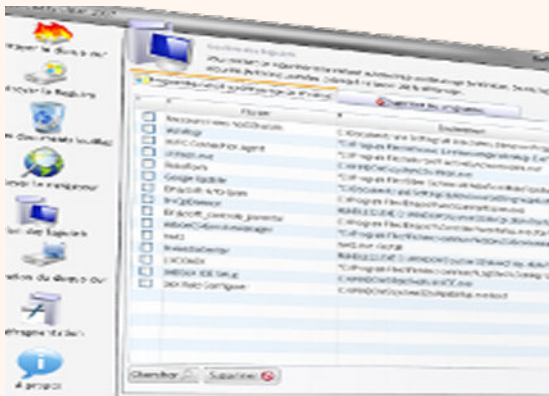
⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Établir un programme de nettoyage « intelligent » :
augmenter la fréquence dans les endroits sensibles ou
après des événements, manifestations

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Programme général de nettoyage en soulignant les endroits sensibles et les événements, manifestations
- Fréquence de nettoyage en général et dans les endroits sensibles
- Systèmes de contrôle et de définition de standards de qualité
- Supports technologiques pour augmenter l'efficacité du nettoyage

👍 EXEMPLES À SUIVRE



👍 Le programme de nettoyage « intelligent » améliore l'efficacité de l'activité en utilisant des systèmes technologiques et de contrôle se concentrant particulièrement sur les endroits sensibles

Propreté et entretien

PROPRETÉ ET ENTRETIEN - RUES ET IMMEUBLES

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Maintenir le bon état, la propreté et l'hygiène des rues et des immeubles dans les enclaves définies comme 'cœur de ville'

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Etat de la structure extérieure et intérieure des immeubles
- Propreté et hygiène des façades
- Etat des rues (bitume, trottoirs, égouts, etc.) de l'espace urbain
- Propreté et entretien de l'espace urbain (rues, places, zones vertes, etc.)

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ La propreté et l'hygiène des rues et des immeubles est importante pour garantir le confort et la satisfaction du touriste dans le cœur de ville

Transports et mobilité

TRANSPORT TOURISTIQUE · VÉHICULES DE TRANSPORT PUBLIC ET TOURISTIQUE

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Utiliser des véhicules de transport public et touristique adaptés à cette activité, ils doivent également être propres et en bon état

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Véhicules de transport
- Etat et hygiène
- Dimensions
- Espace entre les sièges et entre les rangées
- Prestations du véhicule (repose-bras, sièges inclinables, pose verres, climatisation, etc.)
- Ancienneté

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ Il est extrêmement important que le service de transport touristique soit pensé pour le touriste avec le niveau de qualité et de prestation requis

Variété des activités touristiques

VARIÉTÉ DE L'OFFRE · OFFRE D'ACTIVITÉS TOURISTIQUES

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Établir une offre complète d'activités et de parcours touristiques adaptée aux goûts de la demande qui se rend dans le pôle touristique

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Types et catégories d'activités
- Durée
- Public objectif
- Prix
- Lieu
- Organismes et guides
- Marketing, communication et distribution

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'élément essentiel pour attirer une demande touristique est la création de produits et d'activités touristiques qui captent leur attention et les pousse à consommer et surtout à séjourner dans le pôle touristique

L'offre touristique

VARIÉTÉ DE L'OFFRE

⚙️ CONCEPT

Créer et diversifier l'offre touristique et commerciale en général pour assurer un niveau d'attraction suffisant vers le cœur de ville de la part des touristes.

La variété de l'offre est liée à l'offre nature, culturelle, de tourisme d'affaire..

☰ CATÉGORIES

Création de l'offre des catégories suivantes :

- Offre commerciales
- Offre de restauration
- Offre d'hébergements
- Offre d'animations
- 'Street Performance'
- Offre d'activités touristiques

📈 BÉNÉFICE

- Fournir au cœur de ville un plus grand attrait vis à vis du tourisme
- Augmenter l'offre d'activités pour le touriste et, par conséquent, la motivation de visite

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✗ EXEMPLES À ÉVITER



- ✓ La variété de l'offre de services est intrinsèquement liée à la vision choisie pour le pôle et au positionnement du pôle par rapport à la concurrence. Il s'agit de bien définir ce que la destination souhaite devenir

Horaires et accueil

HORAIRES D'OUVERTURE · OFFICES DU TOURISME ET ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Mettre en place l'horaire qui s'adapte le mieux au touriste qui se rend dans le cœur de ville

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Horaires spécifiques pour les offices du tourisme, les établissements commerciaux et touristiques
- Ouverture des établissements quand il existe un niveau minimum de demande touristique
- Homogénéisation des horaires

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'adaptation des horaires commerciaux à la demande des touristes favorise leur consommation et bénéficiera par conséquent à l'ensemble du pôle touristique

Offre de restauration

VARIÉTÉ DE L'OFFRE - L'OFFRE DE RESTAURATION

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Disposer dans les cœurs de villes d'établissements de restauration de cuisines variées incluant cuisine traditionnelle de la région, et cuisine internationale

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type de cuisine, catégorie
- Prix
- Architecture et façade
- Eclairage
- Couleur et conception du local et des éléments de décoration
- Dimensions et emplacement

☑️ EXEMPLES À SUIVRE



☑️ Les touristes internationaux sont principalement attirés par la cuisine locale, pour essayer des plats typiques de la région tout en les combinant avec de la cuisine internationale



Variété des hébergements

VARIÉTÉ DE L'OFFRE · L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Disposer dans les cœurs de villes de logements hôteliers proches des attraits touristiques et répondant aux profils de demande à attirer

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Types et catégories d'établissements
- Type de rue
- Architecture et design de la façade
- Couleur et décoration intérieure
- Eclairage
- Dimensions et emplacement
- Prix

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'offre d'hébergement doit répondre à tous les profils de demande, et appliquer des critères de qualité ayant un niveau d'exigence élevé

Offre de loisirs

VARIÉTÉ DE L'OFFRE - L'OFFRE D'ÉTABLISSEMENTS DE LOISIRS

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Disposer d'une offre d'établissements de loisirs diurne et nocturne qui permettent aux touristes de se divertir

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type et catégorie de local
- Type de rue
- Matériel
- Eclairage
- Couleur et conception du local
- Dimensions et emplacement
- Prix

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'offre de loisirs complète les activités et les produits touristiques que les touristes/ visiteurs consomment tout au long de leur séjour au sein de la commune touristique

Variété des animations

VARIÉTÉ DE L'OFFRE - L'OFFRE D'ANIMATION/ 'STREET PERFORMANCE'

⚙️ PRINCIPE GÉNÉRAL

Création d'une offre d'animations dans les cœurs de villes qui intègrent l'identité et la culture de la région

☰ CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Type d'animations
- Type de rue
- Effets spéciaux
- Dimensions
- Durée et fréquence
- Emplacement (rue piétonne, place, etc.)

✓ EXEMPLES À SUIVRE



✓ L'offre d'animation et la création d'événements adaptés aux valeurs de la région est un élément qui contribue dans une grande mesure à attirer, retenir et ramener les touristes



Management et mise en œuvre

ORGANISER LA PARTICIPATION DES ACTEURS

Le plan qualité fait participer différents acteurs :

- Publics (communes, Région...)
- Privés (HO.RE.CA, commerçants...)
- Associations (Syndicat d'initiative...)
- Population locale

Il est fondamental d'organiser la participation et la **synergie** dans le temps des différents acteurs.

La concentration sur des objectifs prioritaires réalistes financièrement fera aussi partie de ce processus de participation.

TRAVAILLER AVEC DES PROFESSIONNELS

La mise en œuvre d'un plan qualité requiert des compétences techniques particulières (urbanistique ou paysager par ex.) ainsi qu'administratives et financières.

C'est pourquoi il est indispensable de faire appel à ces spécialistes :

- Du Commissariat Général au Tourisme (CGT) et du Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie
- Des intercommunales
- Des bureaux d'études et experts spécialisés



Organisation locale du plan qualité

42

ORGANISATION TECHNIQUE

- 1 Task force générale
- 2 Task force par quartier ou secteur
- 3 Plans d'action et évaluation des ressources humaines et financières ; mobilisation
- 4 Communication interne et externe

ORGANISATION POLITIQUE

- 1 Collège des Bourgmestre et Échevins
- 2 Conseil communal
- 3 Organisation et services impliqués : Tourisme, Urbanisme, Travaux
- 4 Associations : commerçants, quartiers
- 5 Budgets et financement intégrés



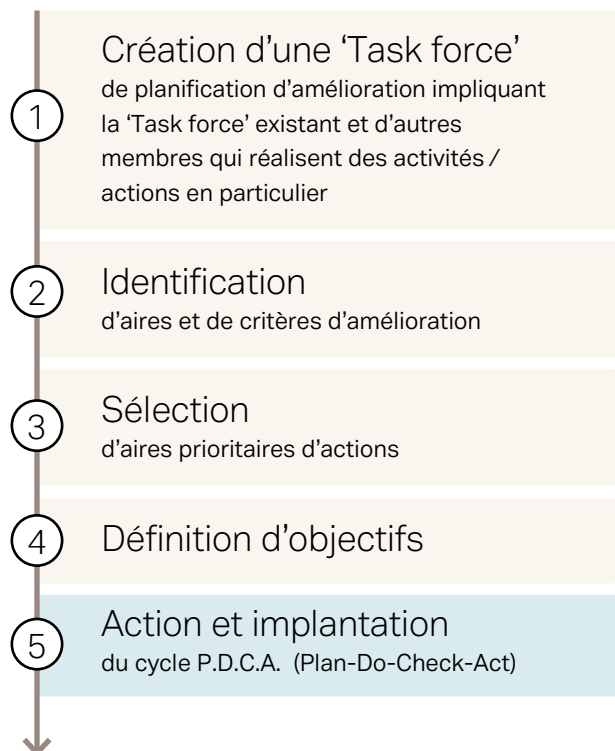
Monitoring

Les différentes étapes de la planification du système d'amélioration continu



Le processus de planification de l'amélioration conduit à l'action et **la mise en place du cycle P.D.C.A.**, méthode détaillée sur la page suivante

MÉTHODOLOGIE DE PLANIFICATION



Diagnostic, évaluation experts, acteurs locaux, enquêtes qualitatives & quantitatives auprès des utilisateurs

MÉTHODOLOGIE

Principes de surveillance et d'amélioration

- Le Plan de Qualité est dynamique, pas statique ni implanté d'un seul coup
- Il faut considérer des améliorations et des innovations de façon continue, il s'agit d'un procédé qui ne s'achève jamais, qui est récurrent, perpétuel
- Il convient de toujours surveiller et évaluer les facteurs internes et externes.
- Dans une destination, les touristes peuvent changer, les attractions touristiques varient, les infrastructures s'améliorent, de nouveaux produits sont créés
- Ceci implique une réévaluation constante du niveau de qualité du pôle touristique à travers les différents indicateurs proposés

Objectifs d'un programme de surveillance et d'amélioration continu

- Les objectifs sont les suivants :
 - Synthétiser l'information
 - Déterminer comment, quand et qui ?
 - Synchroniser les projets d'amélioration possibles avec les ressources disponibles
 - Impliquer tous les acteurs
 - Optimiser la gestion
 - Améliorer la qualité

Priorisation des efforts

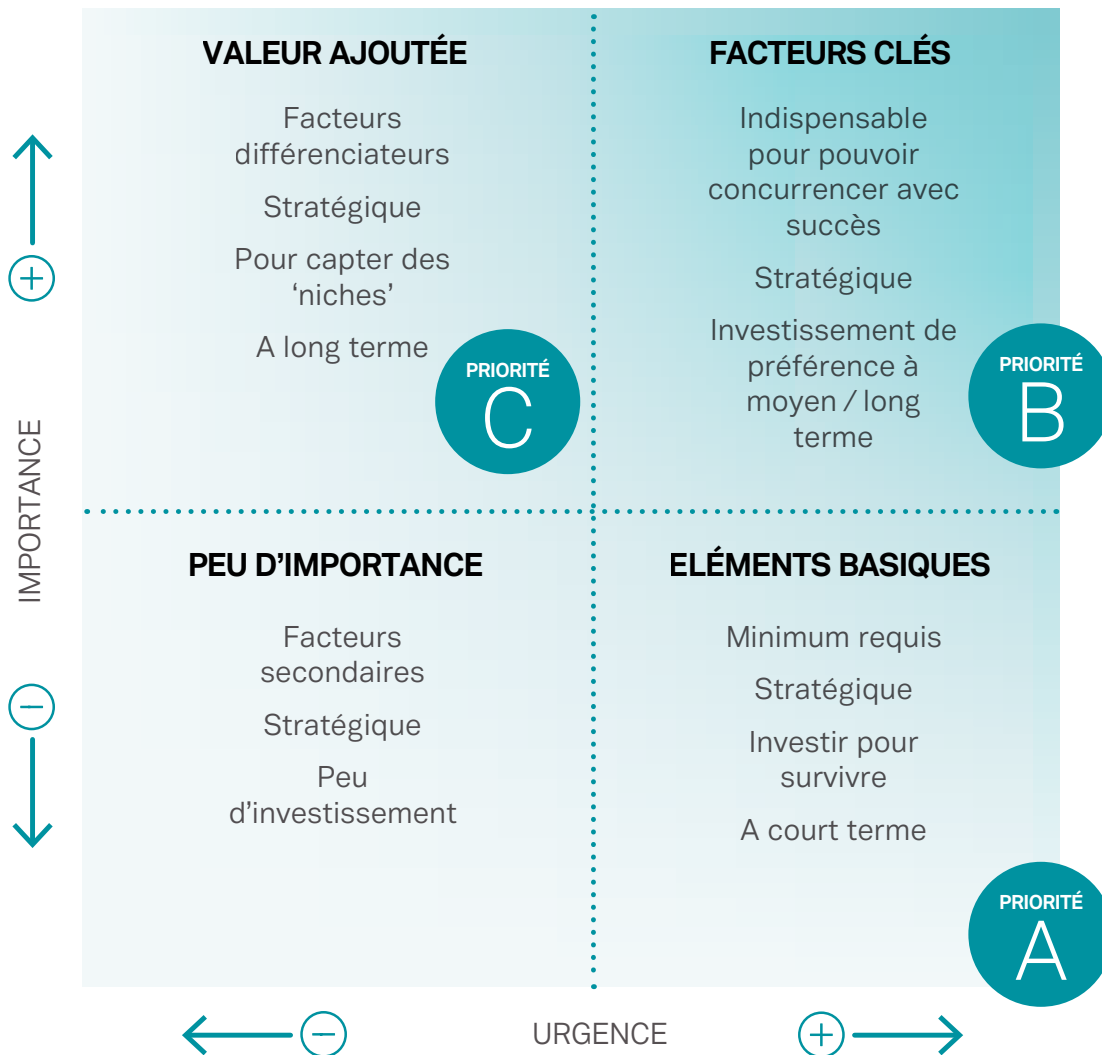
MATRICE DE ANSOFF



La Matrice de Ansoff est une méthode d'aide à la priorisation des objectifs à atteindre pour le plan de qualité



Les objectifs à atteindre doivent être classés dans les 4 sections suivantes afin d'évaluer leur importance en les priorisant en A-B-C



Stratégie de communication du Plan Qualité

Il s'agit de mettre en avant les améliorations et les résultats auprès des touristes et des tour-opérateurs, ainsi qu'auprès des acteurs locaux et de ses habitants

APPLICATION AU PLAN DE QUALITÉ

Stratégie de communication du plan Qualité

→ COMMUNICATION INTERNE

Plus concrètement la stratégie de communication doit dans un premier temps se dérouler sous forme de réunion avec les principaux acteurs du plan Qualité :

- Se réunir de façon périodique
- Impliquer les principaux acteurs du pôle touristique
- Mettre l'accent sur les résultats obtenus du plan Qualité
- Mentionner ce qu'il reste à faire en collaboration avec les différents acteurs
- Les réunions pourront avoir lieu sous forme d'exposé, avec un temps pour les questions
- Le responsable de la présentation sera le gérant local (bourgmestre ou décideur) accompagné des représentants locaux
- Une campagne de communication pour un plus grand public pourra être décidée avec chiffres et supports à l'appui, modes de communication (par exemple des affiches dans la région, impression de brochures explicatives, mise en place d'un site internet...)

→ COMMUNICATION EXTERNE

Etre diffusé au grand public, acteurs locaux, population, tour opérateurs, médias...

Processus de surveillance et programmes d'amélioration en continu

ÉTAPE ① Définition d'un système complet d'indicateurs de Qualité

ÉTAPE ② Plan de communication

ÉTAPE ③ Systèmes continus d'amélioration et d'innovation

LE GESTIONNAIRE POURRA AINSI :

- **Définir un système d'indicateurs de qualité** afin d'évaluer et de surveiller les résultats de l'amélioration
- **Mesurer le niveau de performance et d'amélioration** du pôle par rapport à la situation de départ
- **Elaborer un programme de communication** dirigé vers les acteurs touristiques
- **Identifier les améliorations et innovations** à apporter de façon continue
- **Etablir un budget** par actions clairement centré sur les priorités et identifier les sources de financement

Processus continu de la qualité

Amélioration continue et Innovation

- Le processus d'amélioration se compose de **trois phases**
- Par ailleurs, différentes techniques sont à disposition du gestionnaire local pour assurer la mise en place des procédés d'innovation

PHASE ① Diagnostic / Autoévaluation

PHASE ② Planification

PHASE ③ Innovation

Formule Valeur/
Effort

Matrice de Ansoff

Focus
group

Enquêtes
quantitatives

Techniques
de Brainstorming

Concours

Placemaking

Autres méthodes



Liens utiles

Pages pro du CGT :
(manuels de mise en œuvre des plans qualité territoriaux, exemples de plans qualité, guides de bonnes pratiques...)

<http://strategie.tourismewallonie.be>

Cadastre des subsides de la Région wallonne :

<http://subsides.pouvoirslocaux.wallonie.be>

Commissariat Général au Tourisme (CGT) :

<http://cgt.tourismewallonie.be>

Les intercommunales de développement économique :

<http://www.wallonie-developpement.be>

Lively cities :

<http://www.lively-cities.eu>

LES BUREAUX D'ÉTUDES SPÉCIALISÉS DANS L'AMÉNAGEMENT :

Pour réussir un bon plan qualité, il est nécessaire de faire réaliser une étude par un bureau expérimenté en urbanisme, paysagisme associé à des spécialistes en tourisme, développement commercial, sociologie urbaine ou autres selon les objectifs prioritaires identifiés.

L'INTERCOMMUNALE accompagne la commune en tant que maître d'œuvre délégué, assistant au maître d'ouvrage ou gestionnaire de marchés conjoints.

LES PLANS QUALITÉ TERRITORIAUX



Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie

C/O Commissariat général au tourisme

Avenue du Gouverneur Bovesse, 74
BE-5100 Jambes (Namur)

citw@citw.be



Éditeur responsable :
N. Plouvier

Rédaction :
J. Clossen

Coordination à la rédaction :
F. Vanthuyne,
V. Grandgagnage

Bureau d'étude :
Territoires et Tourismes

Photographies
(sauf mention contraire) :
AGUA, J. Clossen, JNC,
Tourism&Leisure, Trace TPI,
iStockPhoto (pages 1, 6, 7, 15, 29,
41, 42, 43, 49)

Mise en page, graphisme :
Pascal Liénard



**Centre d'Ingénierie
Touristique de Wallonie**

C/O Commissariat général au tourisme

Avenue du Gouverneur Bovesse, 74

BE-5100 Jambes (Namur)

citw@citw.be